

## บทที่ 2

### แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการบริการ รับชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นระดับ ความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงาน ของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า หรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ กับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation)

ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการ กับการคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล อาทิ จากเพื่อน จากนักการตลาด หรือจากข้อมูลคู่แข่ง เป็นต้น ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของ ลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า ส่วนผลประโยชน์จากการบริการ เกิดจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) เกิดจากการทำงาน ร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม เกิดจากการสร้างความแตกต่าง ทางการแข่งขันของการบริการ โดยให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างนั้นต้องมีคุณค่า ในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน บริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับ ลูกค้า

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ นักการตลาดต้องค้นหาและวัดผลความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้องค์กรที่ยึดปรัชญาหรือแนวคิดทางการตลาด ที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้ามักมีจุดมุ่งหมายที่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่จำต้องคำนึงถึง ก็คือ 1) วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของบริการขึ้น แม้ว่าวิธีนี้มีผลให้กำไรขององค์กรลดลงก็ตาม

2) การสร้างกำไร โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนด้านการให้บริการมากขึ้น การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้และต้นทุน และ 3) ในองค์กรมักประกอบด้วยพนักงานฝ่ายต่าง ๆ ตัวแทนหรือคนกลาง ผู้ถือหุ้น เป็นต้น ดังนั้นการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของบุคคลเหล่านี้ด้วย

สำหรับวิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถกระทำได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มักมีกล่องเพื่อรับความคิดเห็นจากลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) กรณีนี้อาจเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเครื่องมือที่ใช้มากคือการวิจัยตลาด วิธีนี้องค์กรจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้ามักไม่สนใจเลือกวิธีแรก แต่ส่วนใหญ่มักเปลี่ยนไปซื้อผู้ขายหรือผู้ให้บริการรายอื่นแทนที่จะเสนอแนะคำติชม ซึ่งเป็นผลให้องค์กรต้องสูญเสียลูกค้า ส่วนเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน อาทิเช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง เป็นต้น

2.2 การถามลูกค้าว่าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ พร้อมทั้งเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ที่ควรแก้ไขปัญหานั้น เรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

2.4 การถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เรียกว่า การให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ (Product/Service Performance Rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.5 การสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำของลูกค้า (Repurchase Intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการขององค์กรและของกลุ่มแข่งขัน พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) วิธีนี้เป็นการวิเคราะห์หรือ

สัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าหรือการบริการอื่น ทั้งนี้เพื่อให้ทราบสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคา/ค่าธรรมเนียมสูงเกินไป การบริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

อย่างไรก็ดี การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ใช้วิธีวัดความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าโดยวิธีการให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction)

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality Concept)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้ให้ความหมายของคำว่า คุณภาพ (Quality) ไว้ว่า คุณภาพเป็นรูปร่างและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่สามารถสนองความจำเป็นตามที่กำหนดไว้ จากความหมายนี้เป็นความหมายของคุณภาพที่มุ่งเน้นความสำคัญที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งลูกค้ามีความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวังว่าผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะส่งมอบคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งนี้องค์กรซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถือว่าเป็นองค์กรที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ไว้ว่า สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ ก็คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ลูกค้าต้องการนั้น ได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการบอกเล่าปากต่อปาก หรือจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ซึ่งลูกค้าจะพอใจอย่างยิ่งถ้าได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ ณ สถานที่ ในเวลา และในรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการมีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ได้แก่ การบริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกทั้งในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า รวมถึงความสะดวกในการเข้าพบผู้ให้บริการ โดยไม่ต้องเสียเวลาคอยนาน ทั้งนี้เพื่อแสดงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าได้ อาทิเช่น การจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าถึงบ้านผู้ใช้ไฟฟ้า สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง มีการจัดแผนเตอร์บริการอย่างเป็นสัดส่วน โดยมีช่องทางเข้า-ออกที่เป็นระเบียบ วิธีการรับบริการกระทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากหลายขั้นตอน เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสมต่อการมาใช้บริการ สถานที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก และเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ได้แก่ การสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย อธิบายได้อย่างถูกต้องชัดเจน โดยพนักงานใช้คำพูดที่สุภาพไพเราะเข้าใจง่าย มีการแสดงออกที่ดีให้เกียรติแก่ผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และคำติชมของลูกค้า

ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการ ข้อความในเอกสารมีความชัดเจนอ่านเข้าใจได้ง่าย ในสำนักงาน มีป้ายแสดงขั้นตอนการให้บริการ โดยหมายเลขเคาน์เตอร์และบัตรคิวมีความชัดเจนสังเกตเห็นได้ง่าย เสียงตามสายมีความสุภาพ ดังชัดเจนสามารถได้ยินอย่างทั่วถึง เอกสาร/แผ่นพับสำหรับเผยแพร่ข่าวสาร มีข้อความอธิบายถูกต้อง เข้าใจง่าย และเหมาะสมสวยงาม เป็นต้น

3. ความสามารถ (Competence) ได้แก่ บุคลากรที่ให้บริการจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญปฏิบัติงาน ได้ถูกต้องรวดเร็ว เช่น การตรวจรับ/นับทอนเงิน เป็นต้น สามารถใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ในการบริการ ได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว สามารถชี้แจงอธิบายตอบข้อสงสัยหรือปัญหาต่าง ๆ ได้ทุกประเด็นเป็นที่พอใจ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ได้เป็นอย่างดีและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้บริการดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) ได้แก่ บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตรเป็นกันเอง มีความสุภาพเรียบร้อย นับถือและให้เกียรติลูกค้า โดยสนใจเอาใจใส่ กระตือรือร้น ในการให้บริการ มีวิจาร์ญาณใช้ดุลยพินิจพิจารณา เคารพเรื่องปัญหาอย่างรอบคอบก่อนให้คำแนะนำที่ดี ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจแก่ลูกค้าทุกครั้ง รวมถึงยินดีรับฟังความคิดเห็นและการเก็บกลิ่นอารมณ์ ได้ดีกับลูกค้าที่รู้จักจัก เป็นต้น

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ได้แก่ บริษัทและบุคลากรต้องมีการสร้างความน่าเชื่อถือ โดยมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย เหมาะสมกับหน้าที่และสถานที่ มีความซื่อสัตย์ อดทน มีความรับผิดชอบ ให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความรอบรู้และรู้จริงเกี่ยวกับการบริการทุก ประเภทของบริษัท และมีความเชื่อมั่นในการให้บริการว่าได้เสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าแล้ว ส่วน เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้บริการมีความทันสมัย ทำงาน ได้ถูกต้องและมีจำนวนเพียงพอ มีการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของเครื่องมืออุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ

6. ความไว้วางใจ (Reliability) ได้แก่ บริการที่ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและถูกต้อง สามารถปฏิบัติตามสัญญาได้อย่างแน่นอนและแม่นยำ มีการจัดส่งเอกสารให้ลูกค้าเป็นประจำทุกเดือน อย่างสม่ำเสมอในวันที่ใกล้เคียงกัน มีหลักฐานการรับชำระเงินที่ถูกต้องชัดเจนให้แก่ลูกค้าทุกครั้ง และ พนักงานเก็บความลับหรือข้อมูลของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ได้แก่ บุคลากรต้องให้บริการด้วยความเต็มใจ ในทันทีทันใด มีความสนใจ เอาใจใส่ และกระตือรือร้นที่จะตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดในการให้บริการ มีการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณงาน การเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว การนำระบบคิวที่ทันสมัยและรวดเร็วมาใช้ บริการ การจัดเตรียมที่นั่งเพื่อรอคิวให้บริการไว้อย่างเพียงพอ และการเลือกใช้บริการ ได้ด้วยเงินสดหรือ เช็คตามความต้องการของลูกค้า และเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับการรับบริการก็สามารถติดต่อสอบถาม พนักงานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

8. ความปลอดภัย (Security) ได้แก่ บริการที่ให้กับลูกค้าต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง รวมถึงปัญหาและความเคลือบแคลงใด ๆ โดยในด้านอาคารสำนักงานตั้งอยู่ในชุมชนที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีมีความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวก ดูแลความปลอดภัยตลอดเวลา ทั้งในสำนักงาน/ที่จอดรถ พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่มีการเรียกร้องค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายอื่นใด มีมาตรการและระบบจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าที่ทันสมัย มีมาตรฐาน และปลอดภัย

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) ได้แก่ การบริการที่ลูกค้าได้รับสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการให้บริการดังกล่าวได้ การกำหนดเวลาเพื่อส่งเอกสารไปให้ลูกค้ามีความเหมาะสม การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบถึงการบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อที่หลากหลายอยู่เสมอ การแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบทุกครั้งก่อนปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการหรืออัตราค่าบริการ และการใช้บริการทุกครั้งได้รับบริการที่ดี มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็วตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing customer) ได้แก่ บุคลากรต้องทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจกับลูกค้า โดยพนักงานที่ให้บริการคำนึงถึงความเร่งรีบของลูกค้าเป็นสำคัญ พยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานไม่พูดคุยกันหรือรับโทรศัพท์ขณะปฏิบัติงานเนื่องจากทำให้เสียเวลา มีบริการหลายวิธีเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้ามากขึ้น การติดตั้งกล่องรับความคิดเห็นสำรวจความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการต่อไป

#### บททวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ดำรงศักดิ์ ต้นรัตนกุล (2537) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการใช้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และปัญหาของผู้ใช้ไฟฟ้าในการให้บริการของการไฟฟ้า จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตความรับผิดชอบของการไฟฟ้า จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย ธุรกิจ และอุตสาหกรรม จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้า สามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 3 ประเภทมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางต่อการให้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านความรวดเร็วในการชำระค่าไฟฟ้าที่สำนักงานการไฟฟ้า ด้านการอำนวยความสะดวก ได้แก่ การติดต่อที่สำนักงาน การติดต่อทางโทรศัพท์ การชำระเงินค่าไฟฟ้าผ่านธนาคาร และการที่พนักงานหรือตัวแทน ไปจัดเก็บเงินค่าไฟฟ้าตามบ้าน ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรและการดำเนินการให้บริการต่าง ๆ ด้านมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ที่ให้บริการ ด้านความเต็มใจของพนักงานที่ให้บริการ ตลอดจนด้านกิริยาและวาจาสุภาพของพนักงานที่ให้บริการ สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของผู้ใช้ไฟฟ้า สรุปได้ว่า

ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัย มีปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการขยายเขตแพง ส่วนผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทธุรกิจ มีปัญหาด้านการขอใช้กระแสไฟฟ้าแล้วได้ใช้กระแสไฟฟ้าง่าช้า ขณะที่ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทอุตสาหกรรม มีปัญหาด้านค่ากระแสไฟฟ้าแพง

พลสิริ ธรรมสโรช (2537) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการชำระค่าไฟฟ้า โดยวิธีหักบัญชีเงินฝากธนาคารในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่ชำระค่าไฟฟ้ากับพนักงานที่มาเก็บเงินค่าไฟฟ้าตามบ้าน และที่ชำระค่าไฟฟ้าด้วยตนเองที่สำนักงานการไฟฟ้า จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระค่าไฟฟ้ากับพนักงานเก็บเงิน และที่ชำระค่าไฟฟ้าด้วยตนเองที่สำนักงานการไฟฟ้า มีทัศนคติต่อการชำระค่าไฟฟ้าโดยวิธี โอนหักบัญชีเงินฝากธนาคารไม่แตกต่างกัน สำหรับสาเหตุที่ผู้ใช้ไฟฟ้าไม่เลือกชำระเงินค่าไฟฟ้าโดยวิธี โอนหักบัญชีเงินฝากธนาคาร พบว่า สาเหตุที่พบมากที่สุดได้แก่ ไม่เข้าใจวิธีการชำระค่าไฟฟ้าโดยวิธีหักบัญชีเงินฝากธนาคาร รองลงมาได้แก่ กรณีที่หักเงินค่าไฟฟ้าผิดพลาดส่วนใหญ่กลัวว่าจะมีปัญหาในการขอรับเงินคืน และไม่สามารถตรวจสอบค่าไฟฟ้าก่อนการชำระเงินได้ ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มในการเปลี่ยนวิธีการชำระเงินค่าไฟฟ้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ไฟฟ้ามีความเห็นว่า จะเปลี่ยนวิธีการชำระเงินค่าไฟฟ้ามาเป็นวิธี โอนหักบัญชีเงินฝากธนาคารก็ต่อเมื่อการไฟฟ้ามีการปรับปรุงวิธีการดำเนินงาน ปรับปรุงในด้านการประชาสัมพันธ์ การส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าให้ตรวจสอบก่อนหักบัญชี มีการแก้ไขกรณีหักเงินค่าไฟฟ้าผิดพลาดหรือมีการเปลี่ยนแปลงด้านผู้ใช้ไฟฟ้าที่ทำให้วิธีการชำระค่าไฟฟ้าปัจจุบันไม่สะดวก และการปรับปรุงความพร้อมในเรื่องการเงิน

กมลชนก วิชัยสืบ (2542) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการต่อการบริการไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และสวนอุตสาหกรรมศรีสุพรรณ จังหวัดลำพูน จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า มีการตอบสนองต่อการร้องเรียนของผู้ใช้ไฟฟ้า เกี่ยวกับการแจ้งค่าไฟฟ้าและการชำระค่าไฟฟ้าอยู่ในระดับน้อย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ร้องเรียนต้องการให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค มีการตอบสนองภายใน 15 วัน ในเรื่องการอ่านหน่วยและส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้า โดยต้องการได้รับใบแจ้งค่าไฟฟ้าก่อนกำหนดชำระเงิน 15 วัน ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการกำหนดให้มีการชำระเงินอยู่ในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือน โดยชำระผ่านธนาคารและใช้เช็คในการชำระ อีกทั้งเสนอวิธีการจูงใจให้ชำระเงิน โดยให้ส่วนลดเมื่อมีการชำระก่อนกำหนด

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2545) ได้กำหนดวิสัยทัศน์และแนวคิดในการบริหารจัดการและพัฒนา กฟภ. ไว้ดังนี้ ในด้านวิสัยทัศน์กำหนดไว้ว่า กฟภ. เป็นองค์กรชั้นนำของภูมิภาคที่ได้มาตรฐานระดับสากล มีความสามารถในการแข่งขันประกอบธุรกิจพลังงานและธุรกิจบริการ และกำหนดแนวคิดในการบริหารจัดการและพัฒนาในด้านการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว

หลากหลาย เสมอภาค ยุติธรรม ทัวถึง และตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ได้กำหนดแนวคิดไว้ดังนี้ มุ่งเน้นการให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ โดยพนักงานทุกคนตระหนักว่า “การให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ” เป็นเป้าหมายสูงสุดที่ต้องประกอบด้วย ความสุภาพ อ่อนน้อม ซื่อสัตย์ เสมอภาค ถูกต้อง ยุติธรรม สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา (On Time Delivery) สำหรับลูกค้าทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งปรับปรุงการชำระเงินค่ากระแสไฟฟ้าของลูกค้า โดยจัดทำระบบส่งใบเสร็จรับเงิน ไปยังลูกค้าทางไปรษณีย์ ซึ่งลูกค้าสามารถไปชำระเงินได้ที่ธนาคารหรือจุดบริการรับชำระเงิน ตามศูนย์การค้าหรือร้านสะดวกซื้อ และปรับปรุงใบเสร็จรับเงินเป็นระบบ Bar-code ขณะเดียวกันได้พิจารณานำมิเตอร์ไฟฟ้าชนิดใช้บัตรเติมเงินทำนองเดียวกับการ์ด โฟนหรือบัตรโทรศัพท์ มาติดตั้งตามความต้องการของลูกค้าตามบ้านและอาคารชุดซึ่งลูกค้ามิได้พักอาศัยประจำ รวมทั้งเปิดบริการสอบถามข้อมูลการใช้ไฟฟ้า การแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง และการขอรับบริการต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายระบบ Internet และทางโทรศัพท์ (Call Center) หมายเลขเดียวทั่วประเทศ คือ 1129 นอกจากนี้แล้วในด้านการพัฒนาองค์กรและการจัดการ ได้พัฒนาปรับเปลี่ยนขีดความสามารถของพนักงานเพื่อเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้นจากการเรียนรู้ ฝึกอบรม และการส่งเสริม สนับสนุนการทำงานเป็นทีม ดูแลให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจดี สร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น เป็นผลให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ (2545) ได้กล่าวถึง “นโยบายคุณภาพ” ในคู่มือคุณภาพ สรุปได้ดังนี้ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ (กฟน.1) มีเจตนารมณ์และมุ่งมั่นในการดำเนินการด้านระบบคุณภาพ และให้สัมพันธ์สอดคล้องกับเป้าหมายของ กฟภ. จึงได้กำหนดนโยบายคุณภาพ “กฟน.1 มุ่งมั่นพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ” และเพื่อสนองตอบนโยบายคุณภาพดังกล่าว กฟน.1 ได้กำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพบริการของ กฟภ. พ.ศ. 2543 โดยได้มีการประชุมชี้แจงเรื่องนโยบายคุณภาพแก่พนักงาน ดำเนินการจัดทำป้ายกรอบรูป บัตรต่าง ๆ แจก วางและติดในสถานที่ต่าง ๆ ของสำนักงาน เพื่อให้พนักงานทราบ เข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายคุณภาพดังกล่าว กฟน.1 จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ดังนี้

- 1) จัดทำและดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9002:1994
- 2) พัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถอย่างต่อเนื่อง
- 3) สนับสนุน ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในระบบคุณภาพ และปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 9002 อย่างสม่ำเสมอ
- และ 4) ผู้บริหารระดับสูง ยึดมั่นสนับสนุนภารกิจของพนักงานทุกคนอย่างแน่วแน่